试析融媒体平台发展现状和突破
——以“中央厨房”为例

钱 璟
（湖州市新闻传媒中心，浙江 湖州 313000）

摘 要：互联网技术的发展让新媒体如雨后春笋般冒出，同时也为报刊媒体带来了巨大的挑战。融媒体概念的提出为传统报刊媒体带来扭转的机遇，中央厨房的模式更是为融媒体平台的发展带来了助力。然而当前融媒体在中央厨房模式的推广中呈现出了一定的瓶颈，需要业内人士加强重视，寻找突破口，以建立全新的发展局面。本文简述了融媒体与中央厨房的概念及优势，并对中央厨房平台的发展瓶颈展开分析，提出建议，以供参考。

关键词：互联网技术；融媒体；中央厨房；报刊媒体；融媒体瓶颈 **中图分类号：**G210 **文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）05-114-03 **DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.05.036
本文著录格式：钱璟 . 试析融媒体平台发展现状和突破——以“中央厨房”为例 [J]. 中国传媒科技，2021（05）：114-116.

导语

融媒体时代，传统报刊行业面临受众的分流，思变成为发展的唯一途径。[1] 报刊媒体向融媒体方向转型，不仅仅依靠微博、微信等手机客户端，其对中央厨房平台的借助也一度让其新闻产品的生产迎来了发展。中央厨房作为有益于新闻采编模式创新的一个融媒体平台，在专业化新闻内容生产、提升新闻产品价值和满足读者个性化需求方面具有较强的优势，却也在平台建设方面存在不足。相关人员要正视这些不足，从具体的问题入手，寻找突破，以让报刊行业在融媒体平台上得到更好的发展。

1. 融媒体的产生和发展

1.1 融媒体的诞生机缘

融媒体概念最早产生于 2010 年，当时新媒体在互联网技术的发展下大量出现，为传统媒体行业的生存与发展带来了一定的挑战。而基于新媒体与传统媒体各具优点的局面，融合各个媒体优势的融媒体强势诞生，让原本“势单力薄”的传统媒体迎来了多媒体式的发展。[2] 融媒体平台是将新闻采集、策划、组织编辑和分发等流程合并为一体，令同一素材生成多个新闻产品的独特平台，其建立一方面是为“缓和”新媒体大量增加之下传统媒体的困境，另一方面则是为了打破传统媒体相互独立、各自为营的局面，使得其新闻的传播和覆盖都能得到进一步的加强。2019 年年初，中共中央政治局就全媒体时代和媒体融合发展举行第十二次集体学习。中共中央总书记习近平在主持学习时强调，推动媒体融合发展、建设全媒体成为我们面临的一项紧迫课题。于是各地媒体纷纷加强了对融媒体的建设，并在增进新闻生产效率和提升对舆论的反应速度方面做了对应的规划，以让新闻生产在可读性和多样性层面实现进一步发展。[3]

1.2 融媒体的发展与成绩

在习近平总书记的领导下，融媒体的发展取得不小的成绩，其中最具效果的要数电视媒体与报刊媒体。随着融媒体平台对新闻生产中各个流程的整合，一个素材多次利用的模式不仅提高了新闻生产的效率，更是在多媒体形式的新闻传播之下实现了新闻覆盖率的提升，其中的佼佼者有人们熟知的央视网、芒果 TV 等，它们在 2018 年的融媒体相关榜单上荣获了“年度最具影响力广电融媒体十强”的称号，为广电融媒体的发展树立了标杆。2019 年年初，中央广播电视总台“全国县级融媒体智慧平台”上线，为县级媒体平台的发展和全国融媒体时代的推进带来了有效地促进。而报刊媒体在融媒体时代下也逐渐发展转变。[4] 随着微博、微信等手机 App 的出现，纸媒也找到了利用新媒体横向拓展新闻内容的方法。以往报刊新闻内容的采编往往需要摄影师带着摄影器材到新闻现场拍摄，但如今，一部手机就可以实现现场信息收录、多平台直播报道的功能，使得采编工作更加高效。[5]

2. 中央厨房的概念与优势

2.1 什么是中央厨房

中央厨房在字面上看来是餐饮业标准化生产的厨房模式，是指食材统一采购、配送和烹饪的大厨房，多用于连锁餐厅经营语境，是餐饮行业扩大经营、加强品牌传播的重要途径。媒体领域对中央厨房概念的迁移始于 2007 年，当时广州日报社新成立了“流动新闻部”，功能设定为对各方新闻资源的汇总和加工。2014 年人民日报中央厨房平台开始投入建设，旨在建立一个新闻素材统一采集、编辑及加工的媒体运营新平台。[6]2016 年人民日报社融合中央厨房概念的全媒体平台正式上线，成为中央厨房平台使用推广中“第一个吃螃蟹的人”，其

平台的建立和各项新闻加工生产环节的创新无疑为后来者树立了一个标杆和典范。人民日报中央厨房上线以来为广大受众群体带来了很多内容丰富且质量过硬的新闻产品，显现出了该平台的功能之多和兼容性之强，不仅为全媒体行业建立起一个能够使优良制作内容得到有效发展的先进平台，更为其旗下各个媒体提供了资源与渠道的共享。在人民日报的带动下，中央厨房的概念立即在媒体领域迎来迅猛的发展。

2.2 中央厨房的优势特点

人民日报中央厨房平台的优势特点主要可分为以下三个方面：（1）重设新闻生产流程：打通原有空间，设立总编调度室，建立新闻采编的连通平台，开展新闻生产不同部门的统一指挥模式，这种对新闻生产流程进行重组的方式让该平台更适用于融媒体之下多元化的新闻发布环境。[7]（2）推动新闻内容创新：新闻素材的统一获取、加工和发放让各部门之间迎来了统一的管理。在这一模式之下，各部门绩效考核的制度得以被强化，使得各部门人员在工作积极性和工作创新潜力方面得到进一步地激发，加上与之配套的新的管理与激励机制，新闻产品的内容和形式也都得到了一定程度的发展。（3）提高人员队伍建设：中央厨房平台建设意味着将分隔的部门和空间进行合并，通过对各方资源的有效整合，使新闻生产的各个环节得到统一指挥和安排。以往媒体运营中由于各部门之间各自为营，导致新闻生产效率不高，且人员编制存在冗杂的问题，而在中央厨房的空间、部门整合的基础上，新闻生产队伍的建设也能得到进一步的精简和优化，与此同时，新闻生产的效率也能得到一定的提高。

3. 中央厨房模式的融媒体瓶颈

3.1 空间平台的建设遭质疑

中央厨房模式对于融媒体的发展无疑具有较强的促进作用，但在实际应用当中，作为新兴模式的中央厨房，其平台的建设也难免遭遇质疑。中央厨房平台主要由空间平台、业务平台和技术平台三部分组成，其中空间平台的建立是为了使新闻素材统一加工、分配更为顺利，但对原有空间的重新设计常会消耗大量的资金，因而空间平台的建立在这样巨大的投资面前难免会让人望而却步。首先，以往的媒体办公空间都是部门和部门之间相互隔开，即便在行业的不断发展中各部门增进了交流与融合，但对达到流程统一管理、资源集中分配的中央厨房模式仍存在一定的距离，因而要加强中央厨房模式的顺利进行，则空间平台的建立是必要的前提。然而由于新闻媒体部门众多，要想将各部门人员全都集中到一起工作并不容易，场地资源是一方面，对应的设施配备、环境建设等都需要重新考虑和设计，期间的成本可想而知。除了建设成本巨大外，运营成本也是颇为高昂，因而是否应在空间平台建设方面投入巨大的成本也是困扰人们的一个问题。

3.2 业务平台的发展具有两面性

中央厨房的设立初衷是在传统新闻生产流程的重组之下增进报刊媒体等传统媒体对多样新闻发布渠道的适应性，因此其提倡多部门、媒体在同一空间中集中开展工作，并尽可能让一个新闻素材生产出多个新闻产品，使素材的价值得到最大的发挥。从媒体运营的角度来说，这样的模式能起到新闻产品广覆盖、高传播的效果，但在业务层面来看，各部门对同一素材进行加工，其新闻产品的产出难免存在内容同质化的弊端。如原本擅长政治评论的部门为顺应集中生产，提高自身新闻生产效率，不得不放弃原有的特色，跟风创作新媒体形式的产品。如此，其在媒体间的激烈竞争中必然难以保持以往的优势。

3.3 技术平台的建立仍有待摸索

中央厨房作为报刊媒体转型融媒体的良好途径，其建设必然会涉及技术平台的建立。技术平台在这里指的是增进媒体覆盖和传播，并能完善盈利方式、缓解传统媒体当前盈利不足现状的平台。融媒体时代，传统报刊从纸质刊物发布向融媒体方向转型，以谋求发展道路的拓宽和商业盈利的恢复。然而在登上“中央厨房”这艘“大船”之后，报刊融媒体等偏重新闻产品的传播和覆盖，面对其商业盈利模式尚未成熟的情况，很多媒体也只得继续探索，这难免会令一部分媒体心生彷徨。盈利模式无法确定，对大的媒体平台而言或许是一次具有挑战性的尝试，但对县级媒体平台而言却代表着巨大的危机，因而中央厨房技术平台的建立如何兼顾新闻产品的传播和商业盈利的创收是当前媒体最为关注的问题。

4. 中央厨房模式的融媒体突破路径

4.1 强化自身定位

若要使融媒体平台突破当前的发展困境，以中央厨房的现状为例，广大已建立中央厨房平台或准备借助中央厨房平台谋求发展的媒体应先明确中央厨房空间平台的创建前提，即发展方向的确立。一般来说，中央厨房的全媒体平台，其核心职能是为新闻产品提供尽可能多的素材，其特点在于融合各个媒体的优势，而不是使各个媒体都能得到平均的发展，因而确定媒体平台的主要发展方向很重要，可以有效避免特色的媒体部门因同质化的新闻产品而被削弱原有的竞争力。例如：都市类报刊媒体，应围绕民生时事展开定位，将新闻的采编素材进行一系列的筛选，使其更加符合人民群众的关注点，而对于新闻的统一加工也应当偏向短视频等新媒体的形式，以突出都市民生新闻产品直观、紧密连接人民群众的特点。

4.2 完善平台构建

中央厨房平台的创建需要一定的物质条件和制度基础，因而相关媒体应根据自身的发展定位创建对应的空间平台，保证各部门人员能够在同一空间顺畅地进行信息共享和新闻的共同生产。媒体可采取在原办公空间上改造的方法，通过对非承重墙的打通，让各部门之间的交流沟通更加方便，并借助办公氛围的提升，加强对各部门人员工作积极性的调动。县级媒体平台应根据自身具体的需求和条件进行中央厨房空间平台的建设。在业务平台方面，相关媒体应调整各部门之间的生产关系，使主要媒体部门的优势得到发挥；同时，还要对中央厨房在日常运转中的应用方式进行进一步探究，以避免中央厨房在日常新闻产品的制作中产生“大材小用”的情况。此外，相关媒体还应注重平台制度的构建，充分运用激励机制，使得平台人员的工作积极性和创新能力都能得到进一步带动。

4.3 创新特色发展

融媒体时代，各个媒体唯有发展自身的特色才能保证竞争力，进而从众多媒体当中脱颖而出。中央厨房平台虽在新闻产品的内容和形式方面较以往的新闻产品丰富，但缺少特色性的产品只能令该媒体流于多而不精的局面，犹如一大盘拼盘、烩菜，让人抓不住重点。而要创新特色发展，分析受众的需求是不变的前提。首先新闻信息采编人员应密切关注时下热点，并把关注点延伸到畅销书籍、网络舆情和微博“大 V”的动态之上，从而多角度搜集群众需求；其次，采编人员还要加强对细节信息的捕捉，找到其他媒体没有发现的角度，并就此展开深入挖掘，以创建媒体独特的分析视角；最后，在新闻内容的加工阶段，各部门人员应配合管理人员完成新闻素材的分配，使新闻稿件可以顺利交到相关领域编辑的手上，让各领域编辑的才华得以施展，使得新闻产品能够既具有其自身领域的特征，又具备一定的特色，如增加文艺气息或者娱乐风格。

4.4 优化队伍建设

人才是支撑平台有效运转的重要主体，人才队伍精练化既能提升人才队伍的整体素质，又能在一定程度上加快中央厨房发展的脚步，减少不必要的人工成本支出。因而相关媒体可通过一些人才选拔机制的建立重新设置各个部门的岗位，并对岗位作出具体的责任划分，以避免部门人员冗杂、个别人员“浑水摸鱼”的情况发生。对于功能性不强的岗位，相关媒体可考虑取缔，并将原岗位人员调配到合适部门，使其能力得到更好地施展。而对于中央厨房的人才一体使用原则，媒体单位还要加强人才队伍的转型，使他们具备对多渠道信息的搜集和整合能力，具有对新闻信息编辑排版的创新能力，并以此促进新闻信息的内容呈现更加丰富和新颖。[8] 此外，采编人员还应充分提升自身的专业素养，增进自身的政治敏感度和法律方面认知，以及时发现新闻话题并避免不必要的错误。

结语

中央厨房的概念在报刊转型融媒体过程中却发挥了较为重要的作用。在强调融媒体进一步发展的当下，中央厨房模式的建立与应用对报刊融媒体迈入新的台阶意义重大。为此，相关人员应厘清融媒体的具体内容和中央厨房的概念，对中央厨房与融媒体的关系进行深入地了解、分析，直面报刊融媒体中央厨房模式的建立困境，并找出具体问题，通过强化自身定位、完善平台构建、创新特色内容和人员队伍优化等进一步突破报刊融媒体的发展瓶颈，使新闻报刊领域早日迈入新的发展阶段。媒

参考文献

[1] 刘建华．中国新闻传媒业融合发展十二大现状 [J]. 编辑之友，2020（2）：23-30.

[2] 孟燕，常新喜．融媒时代纸媒民生新闻报道的转型——以齐鲁晚报“我为济南阅卷”系列报道为例 [J]. 青年记者，2019，633（13）：32-33.

[3] 姚林．报业融媒体从发布到平台的转折 [J]. 新闻战线，2020（3）：43-46.

[4] 李志伟．从近期媒体融合精品力作看融媒体产品发展现状与趋势 [J]. 中国记者，2019，543（03）：98-100.

[5] 谢嘉．“新”媒体 “新”民生——论报纸民生新闻与新媒体的融合 [J]. 记者观察，2020，502（26）：30-31.

[6] 孙祺．出版业“中央厨房”媒体融合模式探究 [J]. 科技传播，2018，207（06）：154-155.

[7] 汤思琪．融媒体平台发展现状和困境的认识和思考——以人民日报“中央厨房”为例 [J]. 新闻前哨，2020（1）：43-44.

[8] 李川．融媒体下报纸新闻编辑的优化转型分析 [J]. 记者观察：下，2018，000（030）：90-90.

作者简介：钱璟（1984-），男，浙江湖州，编辑，研究方向：新闻采编、都市类报纸、民生报、中央厨房、融媒体。

（责任编辑：张晓婧）